

# КЛАССИФИКАЦИЯ ГРАФИЧЕСКИХ РАБОТ

Выполнила студентка гр. Д-13 Давыдова Т.  
А.

Проверил преподаватель Пугачева О. Ю.  
СТМИИТ 2016

# ПЕЧАТНАЯ ГРАФИКА

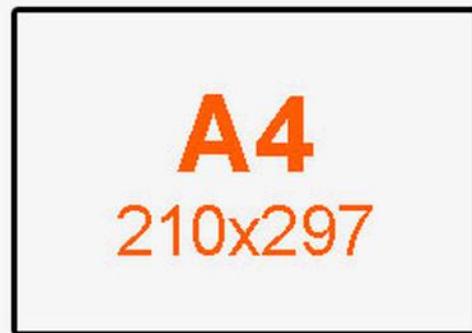
- **Флаер** - это небольшая информативная листовка, часто выполненная в ярких, сочных красках. Используют, в основном, как раздаточный материал в различных рекламных и промо-акциях. Нередко является своеобразным бесплатным пропуском, приглашением или даже входным билетом на какое-либо мероприятие. В отличие от приглашений, обычно персонализированных, им может воспользоваться любой человек.



- Форматы флаеров:
- 1/3 A4 — 99 × 210 мм
- A5 — 148 × 210 мм
- A6 — 105 × 148 мм
- A7 — 74 × 105 мм



- **Листóвка** — вид агитационно-политической или информационной литературы, лист бумаги с текстом и иногда с иллюстрациями. Применяются в революционной деятельности, политических кампаниях, во время военных действий. Подкладываются, передаются из рук в руки, разбрасываются, расклеиваются.



Комплект для мобильных устройств  
**Высокоскоростной**  
 В



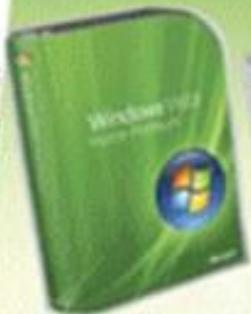
acer

**ИОН**

Купи любой ноутбук  
**Sony** в ИОНе  
 и получи  
 новую услугу:



Windows Vista



Покупателям ПО М  
**установка**  
**В ПОД!**

с 1 февраля по 30 мая

**ИОН**

**РАСПРОДАЖА**  
 УЦЕНЁННОГО ОБОРУДОВАНИЯ

 ТЕЛЕФОН <b>1000</b> руб.	 MP3 <b>1500</b> руб.	 ФОТО <b>2500</b> руб.
 MP4 <b>3000</b> руб.	 НОУТБУК <b>17000</b> руб.	

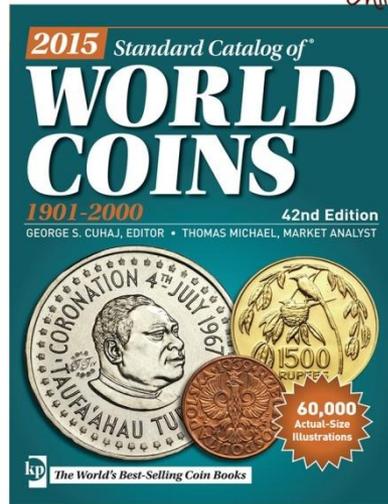
ТЦ ГОРБУШКА  
 730-00-00 (пн-пт, сб)

**A4**

- ◎ **Каталог** — в общем случае, некий список информации об объектах, составленный с целью облегчения поиска этих объектов по какому-то признаку:
- ◎ Список или опись собрания книг в библиотеках, картин и других художественных предметов в музеях, галереях, на выставках, аукционах.
- ◎ Каталог почтовых марок
- ◎ Астрономические каталоги: NGC, звездного неба и др.
- ◎ Каталог (файловая система) — список объектов файловой системы (файлов и подкаталогов) с указанием их месторасположения на устройстве хранения информации (обычно на жестком диске или компакт-диске) и прочими метаданными.
- ◎ Каталог ресурсов в Интернете.
- ◎ Каталог (торговля) — перечень товаров (услуг) с их описанием.
- ◎ Подписной каталог — перечень периодических изданий, применяемый для подписки.



Online Coins



Самые  
популярные  
форматы  
каталогов  
148 x 210 мм  
210 x 297 мм

PICTURE FOR DEMONSTRATION PURPOSES ONLY

СПЕЦИАЛЬНОЕ  
ПРЕДЛОЖЕНИЕ



*Модно  
И УДОБНО*

*выбери яркость или практичность,  
наслаждайся стилем и элегантностью*



Любая сумка 599 руб.  
"Тависа" со скидкой *сегодня 50%*



15



◎ Брошюра — небольшая книга, обычно без твердого переплета, в обложке

## Брошюра

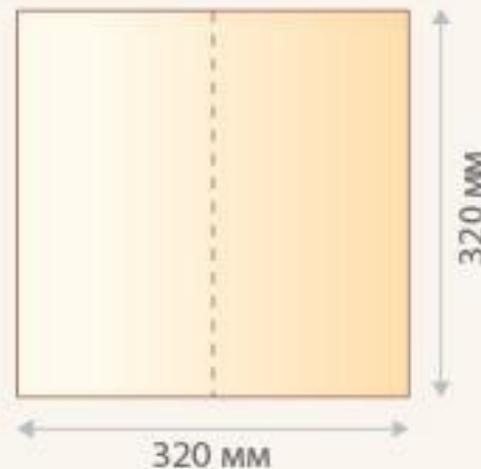
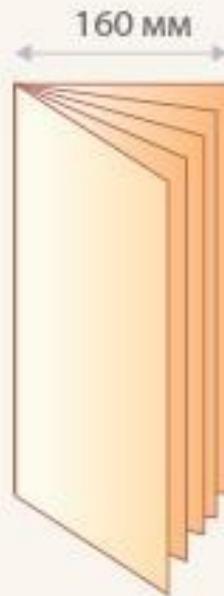
160x320 мм

в готовом виде

160x320 мм

в развернутом виде

320x320 мм







- ◎ **Стикер** — этикетка, наклейка. Изготавливается из самоклеящейся пленки. Стикер предназначен для наклеивания на различные поверхности, будь то дерево, металл, стекло. Может использоваться в качестве информационного баннера, элемента настенных декорации и декорации интерьера, также используется в визуальном тюнинге автомобилей (винил).

- ⦿ **Гарантийные** — изготавливаются для контроля несанкционированного вскрытия на специальной пломбовой или саморазрушающейся бумаге и соединяют статичную и подвижную часть упаковки. Основное свойство гарантийных стикеров — разрушение при отклеивании.
- ⦿ **Идентификационные** — выпускаются для маркировки товара с номерной и штрих-кодовой персонализацией, которая позволяет получить информацию о товаре, характеристику продукции в электронном виде.
- ⦿ **Инвентарные** — применяются для учёта продукции на складе, содержат номерную или штрих-кодовую персонализацию. Этот вид стикеров также даёт возможность классифицировать продукцию при складировании.
- ⦿ **Датированные** — это стикеры для товаров со сроком годности или гарантийными сроками. На таком стикере содержится номер серии, пробел для даты выпуска и другая необходимая информация. Иногда выпускают стикеры малыми партиями без информации — чтобы можно было заполнить вручную.
- ⦿ **Социальные** — это стикеры, предназначенные для общения в социальных сетях. Они выражают эмоции в более крупных размерах, которые в данный момент испытывает отправитель. Их используют в самых крупных социальных сетях: [vk.com](https://vk.com), [facebook.com](https://facebook.com) и т.д.



- ◎ **Этикетка** —  
графический или текстовый  
знак, нанесённый в  
виде наклейки, бирки или талон  
а на товар, экспонат, любой  
другой продукт производства, с  
указанием торговой  
марки производителя,  
названия, даты производства,  
срока годности и так далее.



- ◎ **Упаковка** — предметы, материалы и устройства, использующиеся для обеспечения сохранности товаров и сырья в о время перемещения, хранения и использования (тара); также сам процесс и комплекс мероприятий по подготовке предметов к таковому.



- ◎ **Буклет** — вид печатной продукции, характерный для рекламной полиграфии, имеющей внешнюю схожесть с брошюрой, но обычно более сложной конструкции и проработанного дизайна. Представляет собой листы, скрепленные в корешке, или сфальцованный в два и более сгибов лист бумаги, на обеих сторонах которого размещена текстовая и/или графическая информация. Традиционно буклеты изготавливаются на бумаге из листа формата А4 или меньше (рекламные издания, печь и больше, называются проспектами).

*По своему содержанию и оформлению буклеты можно разделить на следующие виды:*

- ⦿ **Информационный буклет.** Содержит основную информацию о товаре или услуге, изложенную лаконично и четко, чтобы не перегружать потребителя лишними подробностями. Основная цель такого буклета – заинтересовать потенциального клиента каким-то визуальным элементом, поэтому при создании такого рода печатной рекламы эффективно использовать фотографии, графики, таблицы.
- ⦿ **Имиджевый буклет.** Такой рекламный буклет необходим для создания положительного имиджа коммуникатора, потому что требования к нему достаточно высоки. Имиджевый буклет должен подчеркивать индивидуальность и солидность фирмы, потому что при его создании целесообразно использовать оригинальные дизайнерские решения. Что касается текстового содержания, то имиджевый буклет должен давать подробную информацию о фирме, ее деятельности, ее сотрудниках.
- ⦿ **Буклеты для почтовой рассылки.** Этот вид рекламных буклетов призван создавать у потенциальных потребителей ощущение индивидуального обращения к ним коммуникатора. Поскольку такие буклеты приходят по почте, они носят персональный характер, в отличие от рекламы в прессе, например.
- ⦿ **Буклеты для акции.** Мероприятия sales promotion в настоящее время дают фирмам большой приток новых приверженцев их продукции, потому что предлагают реальные выгоды потребителям, будь то сезонная распродажа, оформление дисконтных карт или день рождения магазина, сулящее подарки всем посетителям. Оповещать о подобных событиях проще всего используя рекламные буклеты, в которых подробно излагаются условия акции.

*По форме буклеты можно разделить на следующие виды:*

- ◎ **Буклет** - листовой рекламный материал с одной линией сгиба (один фальц).
- ◎ **Евробуклет** (другое название - лифлет) представляет собой листовой рекламный материал с двумя линиями сгиба (два фальца).
- ◎ **Многостраничный буклет** (брошюра) - рекламный материал состоящий из нескольких листов скрепленных между собой скрепкой, пружиной или термоклеем (стоимость печати брошюр).
- ◎ Кроме того, возможны различные вариации, например, Евробуклет, выполненный на удлиненном листе с большим количеством сложений (как "гармошка").



# СРЕДСТВА МАССОВОГО ВОСПРИЯТИЯ

- ◎ **Вывеска** — конструкция в объемном или плоском исполнении, расположенная, как правило, на фасаде здания, рядом со входом, которая информирует об организации или предприятии, находящемся внутри здания. Современная вывеска выполняет обычно две функции, которые сложно разделить одну от другой: это подача информации и реклама.



- **Транспарант-перетяжка** (рекламная растяжка) — один из носителей уличной рекламы. Бывают различных размеров: 15x1, 15x1,1, 14x1, 14x1,1, 14x1,5, 14x1,2, 14x1,8, 13x1, 13x1,1, 12x1 м и др. Конструкция состоит из тросов, которые крепятся к домам или, если невозможно крепление к домам, к столбам. Рекламное полотно изготавливают из армированного ПВХ (баннер), хлопчатобумажной ткани, шёлка или других материалов. Удобное положение перетяжки над проезжей частью, делает её дорогим, но эффективным видом наружной рекламы. Часто реклама на перетяжках используется для анонсирования выставок, концертов и других краткосрочных событий.



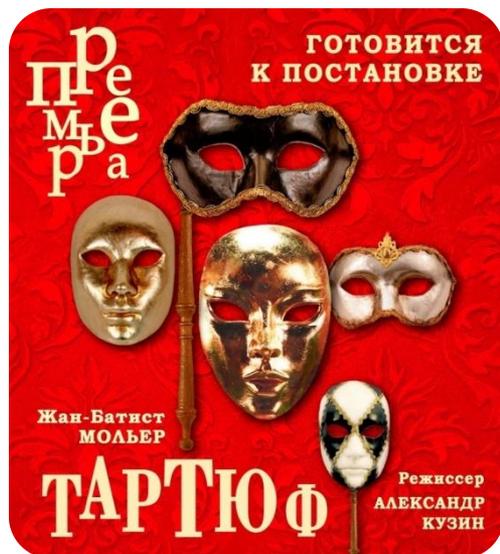
- ◎ **Штендер** — мобильная (переносная) конструкция наружной рекламы, которая устанавливается на улице в непосредственной близости от компании-рекламодателя.
- ◎ Размер штендера варьируется около 0,6×1,35 м (стандартные размеры рекламного поля 0,6×1,0 м, 0,6×1,15 м, 0,75×1,2 м и 0,7×1,7 м).



- ◎ **Билборд** – рекламная конструкция, щитовая реклама, разновидность наружной рекламы. Билборд – напоминающая, вторичная реклама. Билборд продолжает рекламную кампанию, работая на запоминаемость рекламы. Билборды размещают вдоль улиц и магистралей, на фасадах, торцах здания, брандмауэрах, на крышах зданий.
- ◎ Бывают односторонние, двух сторонние, и 3х сторонние (угловые, когда в конструкцию объединяются 3 поверхности, устанавливаемые треугольником (как правило, на перекрестках). Популярный размер щита 3х6 и 3х12 м.



- **Афиша** — объявление о спектакле, концерте, лекции и т. п., вывешиваемое на публичном месте



# ПРОМЫШЛЕННАЯ ГРАФИКА

- ◎ **Логотип** — графический знак, эмблема или символ, используемый территориальными образованиями, коммерческими предприятиями, организациями и частными лицами для повышения узнаваемости и распознаваемости в социуме. Логотип представляет собой название сущности, которую он идентифицирует, в виде стилизованных букв и/или идеограммы. Логотипы широко применяются в качестве товарных знаков.



- ◎ **Фирменный знак** — это уникальный графический элемент, который обычно располагается рядом с названием компании, но может использоваться и отдельно.
- ◎ **Фирменный цвет** также является важнейшим элементом фирменного стиля. Цвет делает элементы фирменного стиля более привлекательными, запоминающимися, позволяющими оказать сильное эмоциональное воздействие.  
Фирменный цвет также может иметь правовую защиту в случае соответствующей регистрации товарного знака в этом цвете. Однако необходимо учесть, что если товарный знак заявлен в цветном исполнении, то только в этом цвете товарный знак будет защищен. При регистрации же его в черно-белом варианте он имеет защиту при воспроизводстве в любом цвете.  
*Основная задача* – обеспечение запоминаемости и создание образа фирмы/товара.  
При выборе цветового решения надо учитывать специфику его воздействия, т.к. цвет способен влиять на физиологические процессы и психологическое состояние человека.



- ◎ **Визитная карточка (визитка)** — традиционный носитель контактной информации о человеке или организации. Изготавливается из бумаги, картона или пластика небольшого формата, существует также вариант CD-визитки, выполненный на уменьшенной до 50 мм × 90 мм поверхности CD диска. Существуют также визитные карточки, изготовленные из дерева (деревянный шпон) и металла.
- ◎ Визитка включает имя владельца, компанию (обычно с логотипом) и контактную информацию (адрес, телефонный номер и/или адрес электронной почты).



# ОФОРМИТЕЛЬСКАЯ ГРАФИКА

- ◎ **Виньетка** – украшение в книге или рукописи: небольшой рисунок или орнамент в начале или в конце текста. Виньетка представляет собой небольшую орнаментальную или сюжетную композицию, которая предваряет текст наподобие заставки или завершает его, выполняя функцию концовки. Кроме того, виньетки могут быть использованы и в самом тексте в качестве украшения угловых частей страницы.



[creativemini.blogspot.com](http://creativemini.blogspot.com)

- **Буквица** — крупная, отличная от прочих, первая буква главы, раздела или целой книги.



- ◎ **Бордюр** — узкая декоративная полоса.



- **Росчерк** – дополнительная чёрточка или завиток у последней буквы в подписи.

*Carte Blanche*

*Paul Jones*

*NAPOLEON  
Bonaparte  
1. Consul  
Lecall script & call.*

*Генералъ отъ Инфантеріи  
Графъ Шенграбенъ*

*B. Ueber*